

I. Datos básicos: viviendas y uso de TIC

Tabla 1.1: Equipamiento en las viviendas (Viviendas habitadas al menos por una persona de 16 a 74 años)

Equipamientos	España		Cantabria		Santander	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Nº VIVIENDAS	16.029.823	100,0%	217.022	100,0%	68.886	100,0%
Algún tipo de ordenador	123.590	77,1%	169.379	78,0%	53.795	78,1%
Disponen de acceso a Internet	131.284	81,9%	172.840	79,6%	56.632	82,2%
Conexión de Banda Ancha (ADSL, RDSI, Red de cable)	130.162	81,2%	167.658	77,3%	56.632	82,2%

Tabla 1.2: Uso de TIC (últimos tres meses). (Persona de 16 a 74 años)

TIC	España		Cantabria		Santander	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Nº PERSONAS DE 16 A 74 AÑOS	34.389.822	100,0%	434.319	100,0%	129.552	100,0%
Han utilizado Internet	277.182	80,6%	347.811	80,1%	109.118	84,2%
Han comprado a través de Internet	120.020	34,9%	149.481	34,4%	51.683	39,9%

Tabla 1.3: Uso de TIC en los niños de 10 a 15 años (últimos tres meses)

TIC	España		Cantabria		Santander	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Nº NIÑOS	2.802.942	100,0%	31.885	100,0%	6.751	100,0%
Usuarios de ordenador	26.600	94,9%	30.986	97,2%	6.501	96,3%
Usuarios de Internet	26.684	95,2%	31.885	100,0%	6.751	100,0%
Disponen de teléfono móvil	19.565	69,8%	17.703	55,5%	3.864	57,2%

Gráfico 1.1: Equipamiento en las viviendas (%)

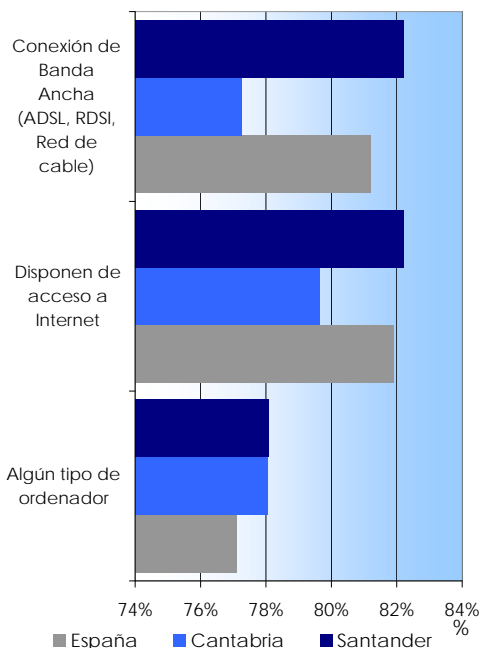


Gráfico 1.2: Uso de TIC (últimos 3 meses) (%)

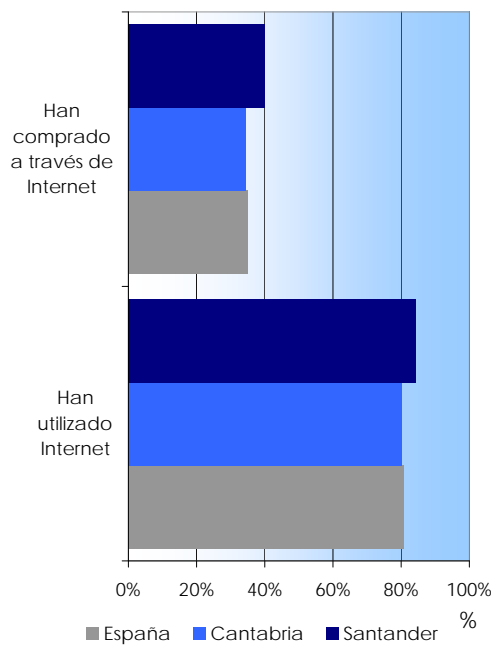
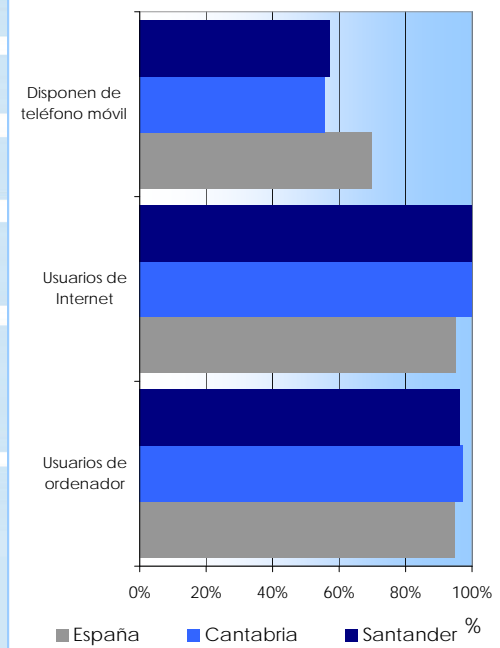


Gráfico 1.3: Uso de TIC en los niños (3 meses) (%)



2. Equipamiento de las viviendas

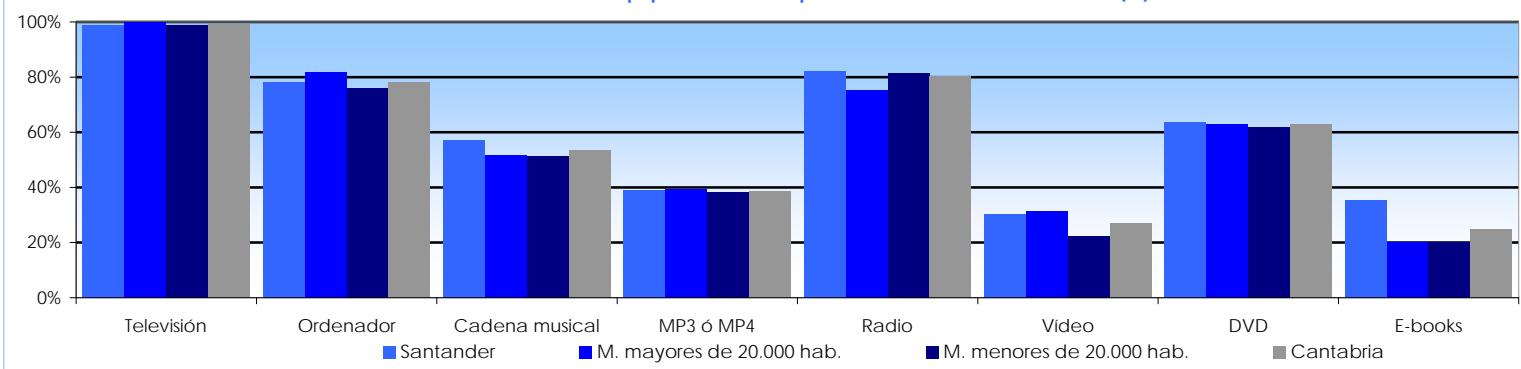
Tabla 2.1: Resumen de datos de las viviendas por tipo de equipamiento y tamaño del municipio de residencia

Equipamientos	Santander		M. mayores de 20.000 hab.		M. menores de 20.000 hab.		Cantabria	
	Viviendas	%	Viviendas	%	Viviendas	%	Viviendas	%
Número de viviendas	68.886		50.900		97.236		217.022	
Ordenador	53.795	78,1%	41.597	81,7%	73.987	76,1%	169.379	78,0%
Acceso a Internet	56.632	82,2%	40.180	78,9%	76.028	78,2%	172.840	79,6%
Banda Ancha (ADSL, RDSL, Cable)	56.632	82,2%	39.880	78,3%	71.146	73,2%	167.658	77,3%
Teléfono fijo	60.086	87,2%	40.818	80,2%	80.411	82,7%	181.315	83,5%
Teléfono móvil	66.938	97,2%	49.467	97,2%	93.166	95,8%	209.571	96,6%

Tabla 2.2: Equipamientos de productos TIC de las viviendas y tamaño del municipio de residencia

Equipamientos TIC	Santander		M. mayores de 20.000 hab.		M. menores de 20.000 hab.		Cantabria	
	Viviendas	%	Viviendas	%	Viviendas	%	Viviendas	%
Número de viviendas	68.886		50.900		97.236		217.022	
Televisión	68.151	98,9%	50.900	100,0%	96.059	98,8%	215.109	99,1%
Ordenador	53.795	78,1%	41.597	81,7%	73.987	76,1%	169.379	78,0%
Cadena musical, equipo de alta fidelidad	39.333	57,1%	26.357	51,8%	50.020	51,4%	115.710	53,3%
MP3 ó MP4	26.890	39,0%	20.035	39,4%	37.228	38,3%	84.154	38,8%
Radio	56.627	82,2%	38.307	75,3%	79.317	81,6%	174.250	80,3%
Video	20.929	30,4%	15.935	31,3%	21.775	22,4%	58.640	27,0%
DVD o similar (Blue-Ray, etc.)	43.948	63,8%	32.054	63,0%	60.266	62,0%	136.269	62,8%
Lector de e-books	24.293	35,3%	10.286	20,2%	19.566	20,1%	54.145	24,9%

Gráfico 2.1: Equipamientos de productos TIC en las viviendas (%)



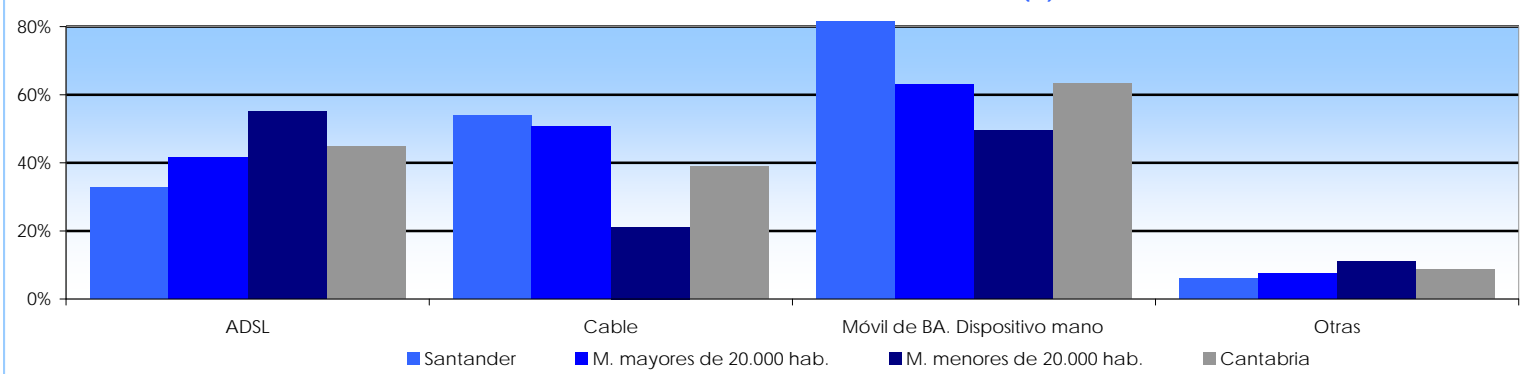
3. Acceso a internet

Tabla 3.1: Acceso a internet y forma de conexión y tamaño del municipio de residencia

Forma de conexión	Santander		M. mayores de 20.000 hab.		M. menores de 20.000 hab.		Cantabria	
	Viviendas	%	Viviendas	%	Viviendas	%	Viviendas	%
Acceso a Internet en la vivienda	56.632		40.180		76.028		172.840	
ADSL	18.583	32,8%	16.689	41,5%	41.941	55,2%	77.213	44,7%
Cable	30.540	53,9%	20.379	50,7%	16.083	21,2%	67.002	38,8%
Móvil de banda ancha. Dispositivo mano	46.294	81,7%	25.366	63,1%	37.510	49,3%	109.170	63,2%
Otras (1)	3.428	6,1%	3.015	7,5%	8.454	11,1%	14.896	8,6%

Nota (1): Los datos de Santander y Mun.>20.000 deben ser interpretados con cautela por el bajo número de observaciones muestrales. Esto incrementa el error muestral.

Gráfico 3.1: Formas de conexión o acceso a internet (%)



3. Acceso a internet

Tabla 3.2: Motivos para no disponer de acceso a internet en la vivienda y tamaño del municipio de residencia

Motivos	Santander		M. mayores de 20.000 hab.		M. menores de 20.000 hab.		Cantabria	
	Viviendas	%	Viviendas	%	Viviendas	%	Viviendas	%
Sin acceso a Internet en la vivienda	12.254		10.720		21.208		44.181	
No necesitan internet	7.844	64,0%	7.212	67,3%	13.289	62,7%	28.345	64,2%
Coste elevado de equipos o conexión	7.967	65,0%	7.505	70,0%	9.986	47,1%	25.458	57,6%
Pocos conocimientos	5.038	41,1%	3.928	36,6%	4.894	23,1%	13.860	31,4%
Otras razones	2.242	18,3%	2.606	24,3%	8.033	37,9%	12.882	29,2%

4. Uso de las TIC

Tabla 4.1: Resumen de datos de personas de 16 a 74 años por tipo de uso de TIC y sexo

Uso TIC	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Número de personas	216.125		218.194		434.319	
Ha usado Internet (últimos 3 meses)	173.292	80,2%	174.518	80,0%	347.811	80,1%

Tabla 4.2: Frecuencia de uso de internet por sexo (últimos 3 meses)

Frecuencia de uso	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Utilización de Internet (últimos 3 meses)	173.292		174.518		347.811	
Diariamente, al menos 5 días por semana	148.942	85,9%	143.121	82,0%	292.063	84,0%
Todas las semanas, pero no diariamente	17.257	10,0%	23.378	13,4%	40.635	11,7%
Al menos una vez al mes, no todas las semanas (1)	7.093	4,1%	8.020	4,6%	15.113	4,3%

Nota (1): Los datos por sexos deben ser interpretados con cautela por el bajo número de observaciones muestrales. Esto incrementa el error muestral

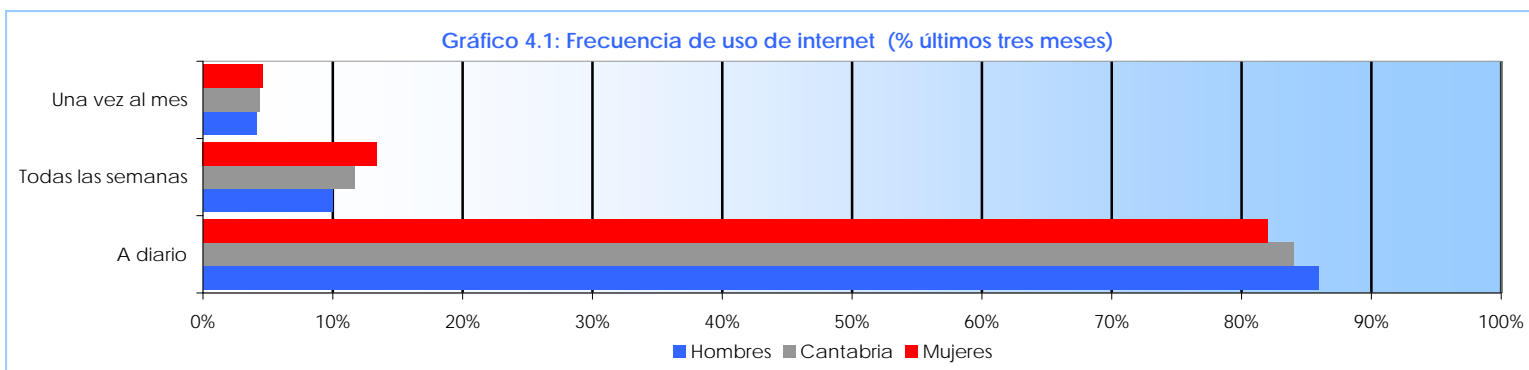
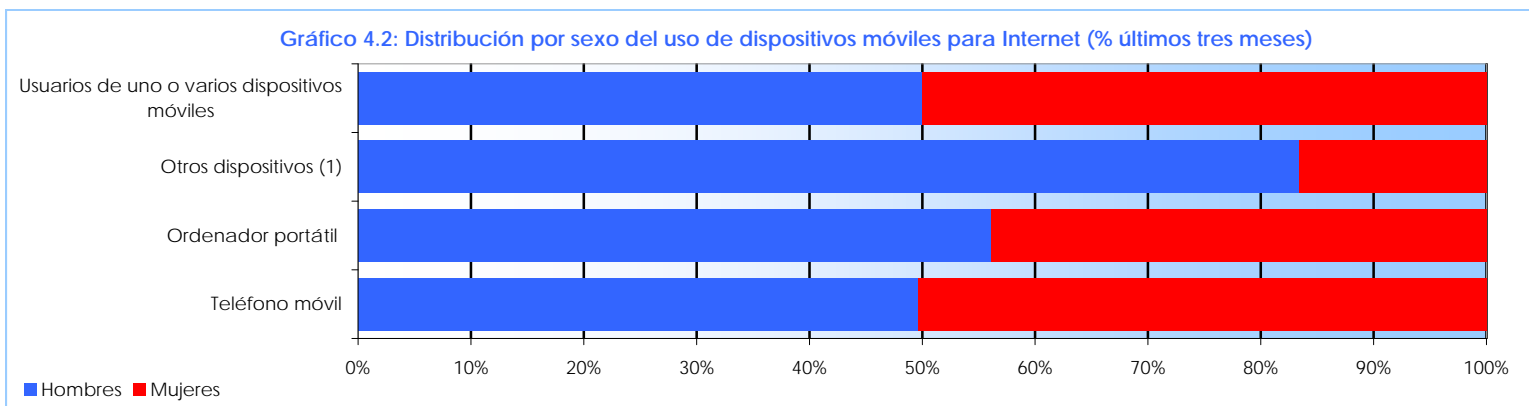


Tabla 4.3: Uso de dispositivos móviles para acceder a internet fuera de la vivienda o el centro de trabajo (últimos 3 meses)

Dispositivos	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Utilización de Internet (últimos 3 meses)	173.292		174.518		347.811	
Teléfono móvil	146.951	84,8%	149.043	85,4%	295.993	85,1%
Ordenador portátil	50.468	29,1%	39.465	22,6%	89.933	25,9%
Otros dispositivos (1)	8.060	4,7%	1.607	0,9%	9.667	2,8%
Usuarios de uno o varios dispositivos móviles	151.288	87,3%	151.241	86,7%	302.528	87,0%

Nota (1): Los datos por sexos deben ser interpretados con cautela por el bajo número de observaciones muestrales. Esto incrementa el error muestral.



4. Uso de las TIC

Tabla 4.4: Proporción de usuarios de dispositivos móviles por tipo (últimos 3 meses)

Dispositivos	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Usuarios dispositivos móviles	151.288		151.241		302.528	
Teléfono móvil	146.951	97,1%	149.043	98,5%	295.993	97,8%
Ordenador portátil	50.468	33,4%	39.465	26,1%	89.933	29,7%

Tabla 4.5: Vías de acceso a internet mediante dispositivos móviles (últimos 3 meses)

Vías de acceso	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Teléfono móvil	146.951		149.043		295.993	
Vía red telefónica	140.095	95,3%	141.326	94,8%	281.421	95,1%
Vía red inalámbrica (WIFI)	107.799	73,4%	94.011	63,1%	201.811	68,2%
Ordenador portátil	50.468		39.465		89.933	
Vía red de teléfono móvil por módem USB, tarjeta o teléfono	40.188	79,6%	24.560	62,2%	64.749	72,0%
Vía red inalámbrica (WIFI)	37.590	74,5%	23.925	60,6%	61.515	68,4%

Tabla 4.6: Uso de internet por motivos particulares relativas a la comunicación y al acceso a la información (últimos 3 meses)

Actividades comunicación	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Utilización de Internet (últimos 3 meses)	173.292		174.518		347.811	
Correo electrónico	140.485	81,1%	128.950	73,9%	269.435	77,5%
Telefonar a través de internet	33.517	19,3%	43.674	25,0%	77.192	22,2%
Participar en redes sociales	114.573	66,1%	122.290	70,1%	236.863	68,1%
Leer noticias, periódicos, revistas on-line	139.312	80,4%	136.798	78,4%	276.110	79,4%
Buscar información sobre bienes y servicios	153.326	88,5%	148.519	85,1%	301.845	86,8%

Gráfico 4.3: Distribución por sexo de usuarios internet. Actividades de comunicación (% últi.3 meses)

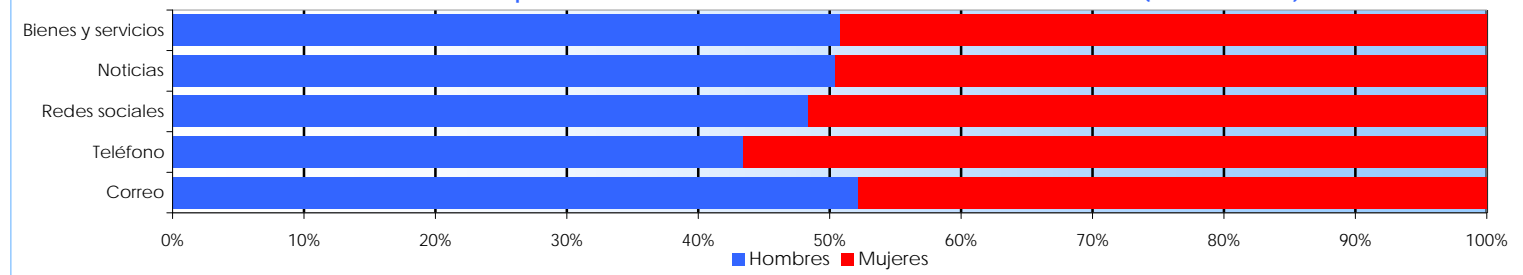
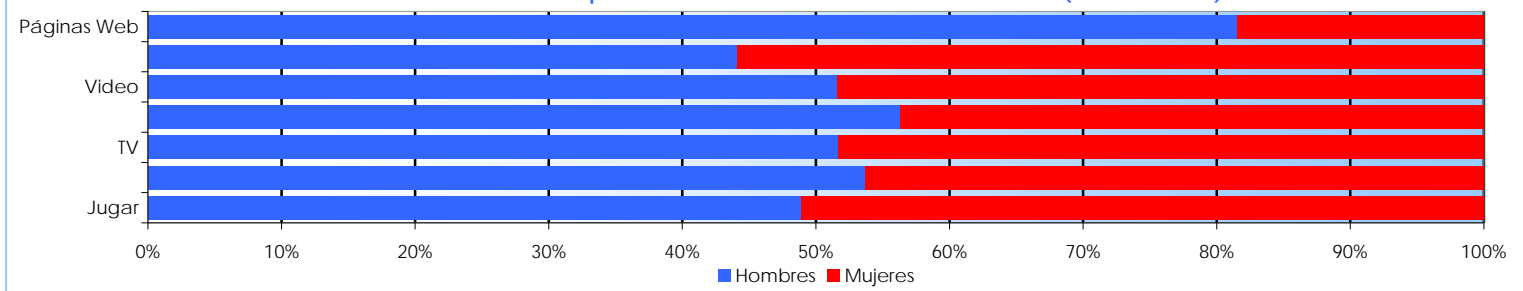


Tabla 4.7: Uso de internet por motivos particulares para actividades de entretenimiento y creatividad (últimos 3 meses)

Actividades de entretenimiento	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Utilización de Internet (últimos 3 meses)	173.292		174.518		347.811	
Jugar o descargar juegos	58.534	33,8%	61.097	35,0%	119.632	34,4%
Escuchar música	93.544	54,0%	80.652	46,2%	174.196	50,1%
Ver programas emitidos por Int. de canales de TV	73.948	42,7%	69.151	39,6%	143.098	41,1%
Ver películas o videos de empresas comerciales	44.558	25,7%	34.514	19,8%	79.071	22,7%
Ver contenidos de video de sitios para compartir	124.589	71,9%	116.954	67,0%	241.544	69,4%
Colgar contenidos propios en una pág. web para ser compartidos	50.683	29,2%	64.177	36,8%	114.860	33,0%
Crear páginas web o blogs (1)	12.786	7,4%	2.889	1,7%	15.675	4,5%

Nota (1): Los datos por sexo deben ser interpretados con cautela por el bajo número de observaciones muestrales. Esto incrementa el error muestral.

Gráfico 4.4: Distribución por sexo de usuarios internet. Entretenimiento (% últi.3 meses)



4. Uso de las TIC

Tabla 4.8: Uso de internet por motivos particulares para actividades relacionadas con temas de salud (últimos 3 meses)

Actividades temas de salud	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Utilización de Internet (últimos 3 meses)	173.292		174.518		347.811	
Buscar información sobre temas de salud	75.329	43,5%	113.408	65,0%	188.737	54,3%
Concertar una cita con un médico a través de una página web	39.327	22,7%	56.830	32,6%	96.157	27,6%

Gráfico 4.5: Distribución por sexo de usuarios internet. Temas médicos (% últi.3 meses)

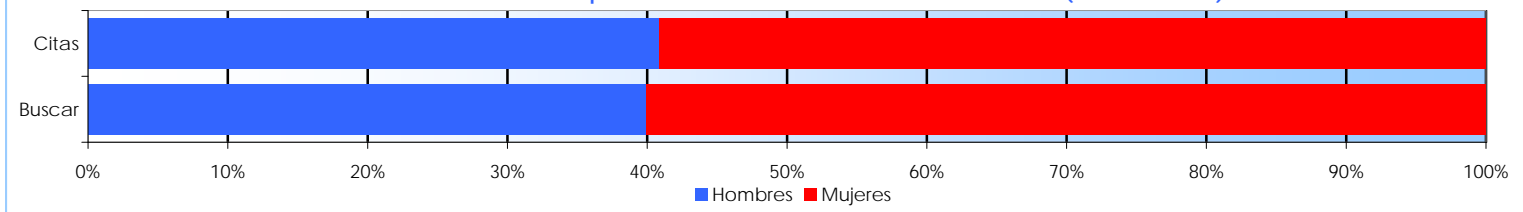


Tabla 4.9: Uso de internet por motivos particulares para otras actividades (últimos 3 meses)

Otras actividades	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Utilización de Internet (últimos 3 meses)	173.292		174.518		347.811	
Viajes y alojamiento	101.296	58,5%	92.956	53,3%	194.252	55,8%
Ventas de bienes y servicios	30.650	17,7%	13.281	7,6%	43.931	12,6%
Banca electrónica	106.326	61,4%	84.784	48,6%	191.109	54,9%
Cuentas de pago para pagar bienes y servicios (p. ej. Pay Pal)	58.224	33,6%	34.118	19,5%	92.342	26,5%

Gráfico 4.6: Distribución por sexo de usuarios internet. Otras actividades (% últi.3 meses)

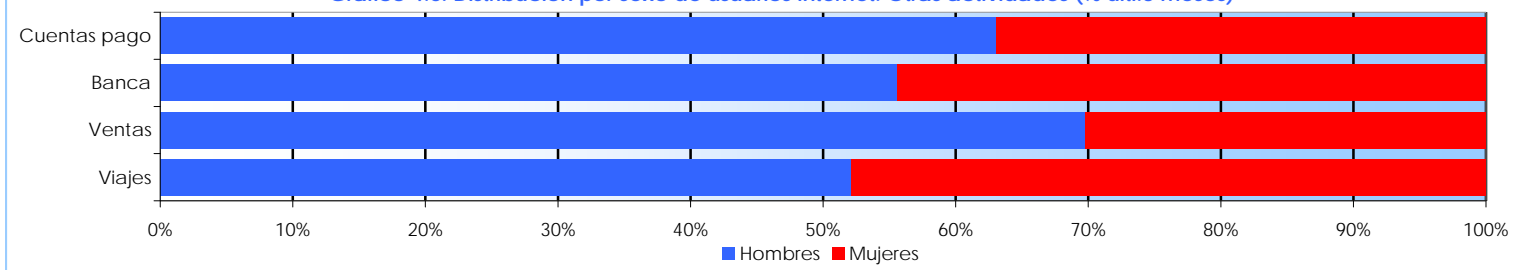


Tabla 4.10: Uso de internet para actividades de aprendizaje con fines educativos, profesionales o privados (últimos 3 meses)

Actividades de aprendizaje	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Utilización de Internet (últimos 3 meses)	173.292		174.518		347.811	
Algún curso on line	16.623	9,6%	17.710	10,1%	34.332	9,9%
Utilizar material de aprendizaje on line (no curso completo)	30.193	17,4%	39.038	22,4%	69.232	19,9%
Comunicarse con monitores o alumnos utilizando sitios web	19.385	11,2%	20.175	11,6%	39.560	11,4%
Otras actividades de aprendizaje por Internet	25.270	14,6%	15.443	8,8%	40.713	11,7%

Gráfico 4.6: Distribución por sexo de usuarios internet. Otras actividades (% últi.3 meses)

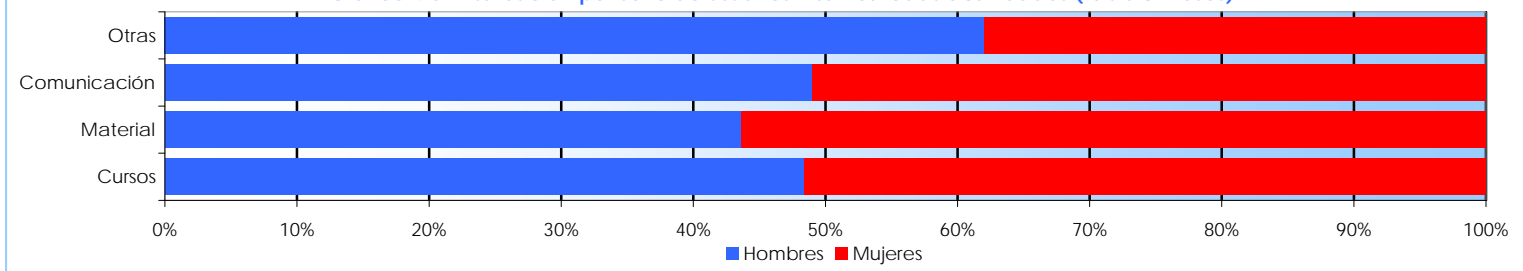


Tabla 4.11: Uso de espacio de almacenamiento en Internet para guardar ficheros (Google Drive, Dropbox, iCloud, etc.). Últimos 3 meses

Uso espacio al macenamiento on line	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Utilización de Internet (últimos 3 meses)	173.292		174.518		347.811	
Sí	64.889	37,4%	57.392	32,9%	122.280	35,2%

5. Administración electrónica

Tabla 5.1: Formas de interacción con las administraciones públicas por Internet por motivos particulares por sexo (últimos 12 meses)

Formas	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Utilización de Internet (últimos 12 meses)	173.802		175.072		348.873	
Obtener información de páginas web	106.508	61,3%	88.512	50,6%	195.020	55,9%
Descarga de formularios oficiales	80.822	46,5%	72.678	41,5%	153.500	44,0%
Enviar formularios cumplimentados (declaración de la renta, ...)	67.508	38,8%	69.278	39,6%	136.786	39,2%

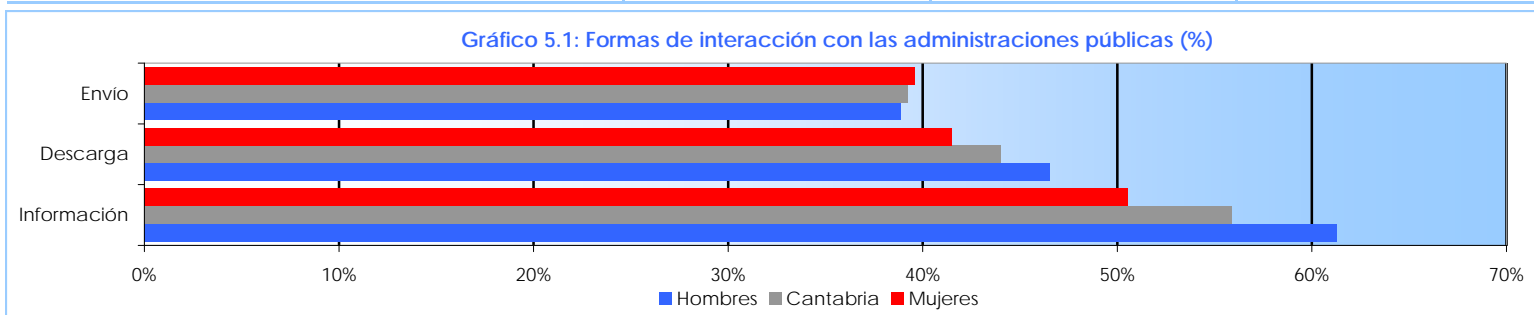


Tabla 5.2: Razones para no enviar formularios cumplimentados a las administraciones públicas por internet (últimos 12 meses)

Razones	Cantabria	
	Nº Personas	%
Necesitaron presentar formularios oficiales (últimos 12 meses)	52.719	
Servicio no disponible vía web (1)	6.187	11,7%
Falta de conocimientos	13.340	25,3%
Preocupación por la protección y seguridad de datos (1)	10.196	19,3%
No tiene firma o certificado electrónico (1)	10.199	19,3%
Tramitación por otra persona en su nombre (1)	7.491	14,2%
Otra razones	26.088	49,5%

Nota (1): Los datos deben ser interpretados con cautela por el bajo número de observaciones muestrales. Esto incrementa el error muestral.

6. Confianza y seguridad en internet

Tabla 6.1: Información personal ha proporcionado a través de Internet (últimos 12 meses)

Tipo de información	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Utilización de Internet (últimos 12 meses)	173.802		175.072		348.873	
Datos personales (p. ej. nombre, DNI, fecha de nacimiento)	102.437	58,9%	98.499	56,3%	200.937	57,6%
Información de contacto (p. ej. dirección, nº teléfono)	101.637	58,5%	95.412	54,5%	197.049	56,5%
Detalles de pago (p. ej. nº tarjeta de crédito)	66.249	38,1%	57.466	32,8%	123.715	35,5%
Otra información personal (p. ej. fotos, ubicación, ocupación)	60.935	35,1%	60.325	34,5%	121.260	34,8%

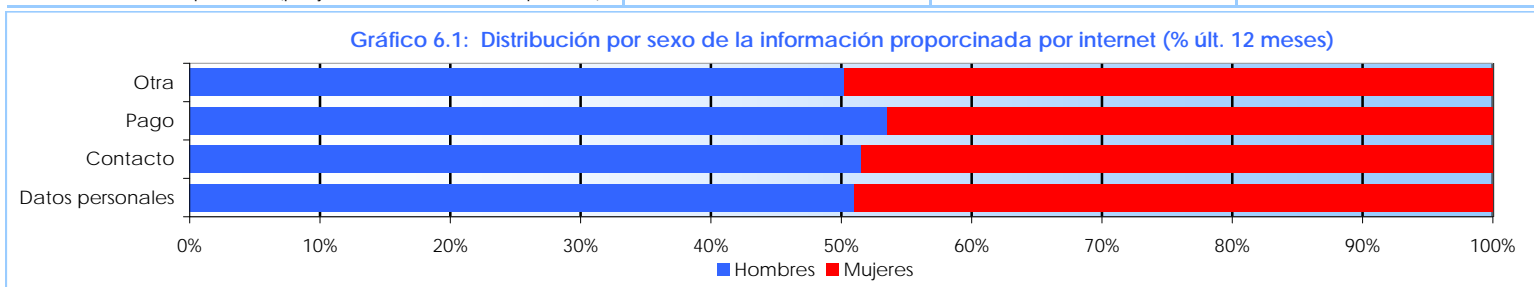


Tabla 6.2: Acciones realizadas para gestionar el acceso a su información personal en Internet (últimos 12 meses)

Acciones	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Utilización de Internet (últimos 12 meses)	173.802		175.072		348.873	
Leer política de privacidad	61.954	35,6%	54.572	31,2%	116.526	33,4%
Restringir acceso a ubicación geográfica	58.675	33,8%	64.162	36,6%	122.837	35,2%
Limitar acceso a su perfil o contenido en redes sociales	73.299	42,2%	89.049	50,9%	162.348	46,5%
No permitir uso información personal con fines publicitarios	76.795	44,2%	88.809	50,7%	165.604	47,5%
Comprobar que el sitio web sea seguro	68.846	39,6%	70.441	40,2%	139.287	39,9%
Pedir información para actualizarla o eliminarla	21.641	12,5%	21.600	12,3%	43.241	12,4%

6. Confianza y seguridad en internet

Tabla 6.3: Conocimiento de cookies y modificaciones en la configuración del navegador para prevenirlas o limitarlas por los internautas (últimos 12 meses)

Cookies	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Utilización de Internet (últimos 12 meses)	173.802		175.072		348.873	
Conocimiento utilización de cookies	120.785	69,5%	106.169	60,6%	226.954	65,1%
Cambios en configuración navegador para prevenir/limitar	53.017	30,5%	68.903	39,4%	121.920	34,9%

Tabla 6.4: Grado de preocupación con que las actividades online puedan grabarse para ofrecer publicidad a medida (últimos 12 meses)

Grado de preocupación	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Utilización de Internet (últimos 12 meses)	173.802		175.072		348.873	
Muy preocupado	21.944	12,6%	23.420	13,4%	45.364	13,0%
Algo preocupado	57.259	32,9%	68.717	39,3%	125.976	36,1%
Nada preocupado	94.599	54,4%	82.935	47,4%	177.534	50,9%

Tabla 6.5: Utilización de software o herramienta de seguridad informática por internautas (anti-spam, cortafuegos) en los últimos 12 meses

Uso de software de seguridad	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Utilización de Internet (últimos 12 meses)	173.802		175.072		348.873	
Si	145.653	83,8%	135.884	77,6%	281.538	80,7%
No	24.027	13,8%	29.645	16,9%	53.672	15,4%
No sabe/No aplicable (no utiliza ningún ordenador privado) (1)	4.122	2,4%	9.542	5,5%	13.664	3,9%

Nota (1): Los datos por sexo deben ser interpretados con cautela por el bajo número de observaciones muestrales. Esto incrementa el error muestral.

Tabla 6.6: Utilización de software anti-rastreo para limitar la capacidad de seguimiento en Internet en los últimos 12 meses

Uso de software anti-rastreo	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Utilización de Internet (últimos 12 meses)	173.802		175.072		348.873	
Si (1)	31.540	18,1%	11.748	6,7%	43.288	12,4%
No	114.113	65,7%	124.136	70,9%	238.250	68,3%

Nota (1): Los datos de las mujeres deben ser interpretados con cautela por el bajo número de observaciones muestrales. Esto incrementa el error muestral.

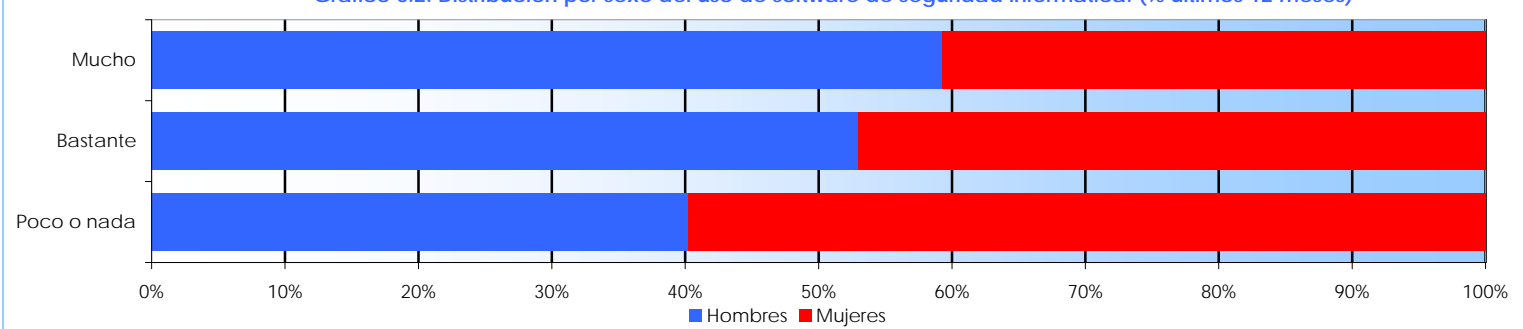
Tabla 6.7: Actualizar productos de seguridad informática (antivirus, programas de detección de espías, etc.) en los últimos 12 meses

Actualización software	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Utilización de Internet (últimos 12 meses)	173.802		175.072		348.873	
Si	134.166	77,2%	124.600	71,2%	258.766	74,2%
No	11.487	6,6%	11.284	6,4%	22.772	6,5%

Tabla 6.8: Grado de confianza en Internet, usuarios en los últimos 12 meses

Tipo de software de seguridad	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Utilización de software de seguridad (últimos 12 meses)	173.802		175.072		348.873	
Poco o nada	43.784	25,2%	65.001	37,1%	108.785	31,2%
Bastante	103.672	59,6%	91.977	52,5%	195.649	56,1%
Mucho	26.345	15,2%	18.094	10,3%	44.439	12,7%

Gráfico 6.2: Distribución por sexo del uso de software de seguridad informática. (% últimos 12 meses)



7. Conocimientos informáticos

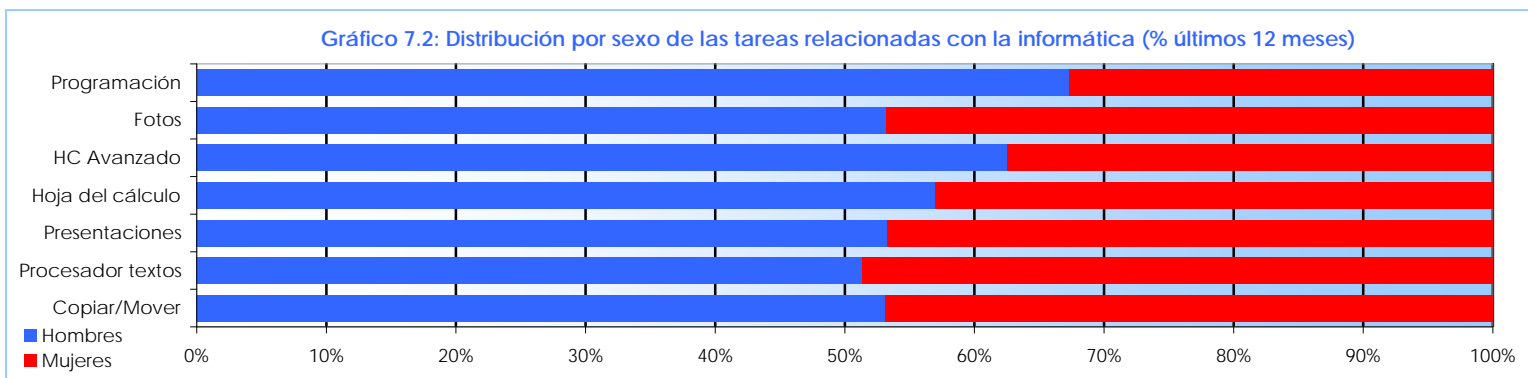
Tabla 7.1: Tareas relacionadas con los móviles y los ordenadores realizadas en los últimos 12 meses

Tareas	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Personas	216.125		218.194		434.319	
Transferir ficheros entre el ordenador y otros dispositivos	121.576	56,3%	111.881	51,3%	233.456	53,8%
Instalar software o aplicaciones (apps)	115.466	53,4%	95.355	43,7%	210.821	48,5%
Cambiar la configuración de cualquier software	78.862	36,5%	46.288	21,2%	125.150	28,8%

Tabla 7.1: Tareas relacionadas con la informática realizadas en los últimos 12 meses

Tareas	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Utilización de Internet (últimos 12 meses)	216.125		218.194		434.319	
Copiar o mover ficheros o carpetas	125.501	58,1%	110.598	50,7%	236.099	54,4%
Usar un procesador de texto	105.304	48,7%	99.615	45,7%	204.919	47,2%
Crear presentaciones o documentos que integren ficheros	82.086	38,0%	71.875	32,9%	153.961	35,4%
Usar hojas de cálculo	82.771	38,3%	62.415	28,6%	145.186	33,4%
Usar funciones avanzadas hojas de cálculo (ordenar, filtrar,...)	65.448	30,3%	39.161	17,9%	104.610	24,1%
Usar software para editar fotos, video o audio	81.962	37,9%	72.014	33,0%	153.976	35,5%
Programar en un lenguaje de programación (1)	21.898	10,1%	10.625	4,9%	32.523	7,5%

Nota (1): Los datos para mujeres deben ser interpretados con cautela por el bajo número de observaciones muestrales. Esto incrementa el error muestral.

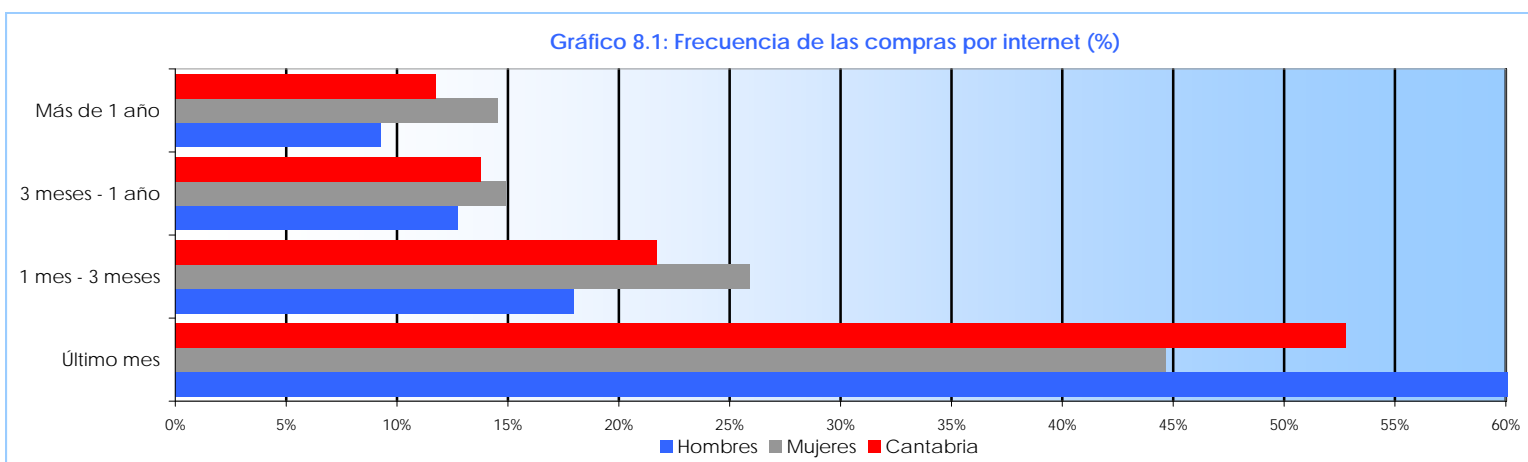


8. Comercio electrónico

Tabla 8.1: Frecuencia de compra por internet por sexo

Frecuencia	Varones		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Compras a través de Internet	105.465		95.246		200.711	
Último mes	63.347	60,1%	42.549	44,7%	105.896	52,8%
Entre 1 y 3 meses	18.922	17,9%	24.663	25,9%	43.585	21,7%
Entre 3 meses y 1 año	13.446	12,7%	14.187	14,9%	27.634	13,8%
Más de 1 año (1)	9.749	9,2%	13.848	14,5%	23.597	11,8%

Nota (1): Los datos deben ser interpretados con cautela por el bajo número de observaciones muestrales. Esto incrementa el error muestral.



8. Comercio electrónico

Tabla 8.2: Tipos de productos/servicios comprados para uso privado o del hogar por sexo (últimos 12 meses)

Productos	Varones		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Compras a través de Internet últimos 12 meses	95.716		81.399		177.115	
Productos de alimentación y otros de consumo no duraderos (1)	18.032	18,8%	8.953	11,0%	26.984	15,2%
Bienes para el hogar (de tipo duradero, p. ej. muebles, juguetes, etc.)	28.869	30,2%	30.810	37,9%	59.678	33,7%
Películas, música (1)	14.555	15,2%	10.881	13,4%	25.436	14,4%
Libros, revistas, periódicos (incluye libros electrónicos)	21.058	22,0%	25.831	31,7%	46.889	26,5%
Material formativo on line (1)	11.637	12,2%	13.431	16,5%	25.068	14,2%
Material deportivo, ropa	59.439	62,1%	54.526	67,0%	113.965	64,3%
Juegos de ordenador o de videoconsolas, otro software (1)	29.883	31,2%	5.954	7,3%	35.837	20,2%
Equipo informático (ordenadores y accesorios)	37.396	39,1%	14.717	18,1%	52.113	29,4%
Equipamiento electrónico (p. ej. cámaras fotográficas) (1)	35.987	37,6%	10.801	13,3%	46.788	26,4%
Servicios de telecomunicaciones (p. ej., TV) (1)	20.329	21,2%	15.770	19,4%	36.099	20,4%
Compra de acciones, seguros u otros servicios financieros (1)	12.742	13,3%	11.720	14,4%	24.462	13,8%
Alojamiento de vacaciones (hotel, apartamento, etc.)	47.927	50,1%	43.488	53,4%	91.415	51,6%
Otros servicios para viajes (billetes transporte público, etc.)	43.618	45,6%	42.899	52,7%	86.516	48,8%
Entradas para espectáculos (cine, teatros, conciertos,...)	42.143	44,0%	49.076	60,3%	91.220	51,5%
Otros productos o servicios (1)	15.708	16,4%	12.577	15,5%	28.285	16,0%

Nota (1): Los datos de mujeres de estas variables deben ser interpretados con cautela por el bajo número de observaciones muestrales. Esto incrementa el error muestral.

Tabla 8.3: Origen de los vendedores por sexo del comprador (últimos 12 meses)

Origen vendedores	Varones		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Compras a través de Internet últimos 12 meses	95.716		81.399		177.115	
Vendedores nacionales	76.731	80,2%	73.338	90,1%	150.069	84,7%
Vendedores de otros países de la UE	53.399	55,8%	35.981	44,2%	89.380	50,5%
Vendedores del resto del mundo	42.917	44,8%	23.657	29,1%	66.574	37,6%
Vendedores país desconocido (1)	8.004	8,4%	4.133	5,1%	12.138	6,9%

Nota (1): Los datos por sexo deben ser interpretados con cautela por el bajo número de observaciones muestrales. Esto incrementa el error muestral.

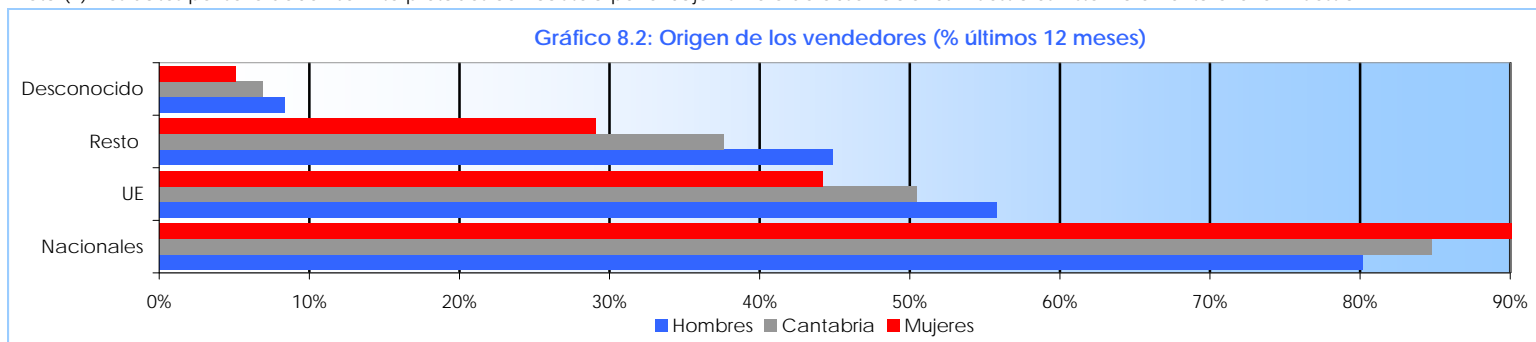


Tabla 8.4: Número de compras o encargos hechos por Internet por motivos particulares (últimos 3 meses)

Número	Varones		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Compras a través de Internet últimos 12 meses	95.716		81.399		177.115	
1 o 2 veces	28.419	29,7%	26.110	32,1%	54.530	30,8%
De 3 a 5 veces	28.724	30,0%	29.849	36,7%	58.574	33,1%
Más de 6 veces (1)	25.126	26,3%	11.251	13,8%	36.377	20,5%

Nota (1): Los datos de mujeres deben ser interpretados con cautela por el bajo número de observaciones muestrales. Esto incrementa el error muestral.

Tabla 8.5: Valor total de los bienes y servicios comprados o encargados por Internet por motivos particulares (últimos 3 meses)

Valor	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Compras a través de Internet últimos 12 meses	95.716		81.399		177.115	
Menos 50€ (1)	9.568	10,0%	12.980	15,9%	22.548	12,7%
De 50 a 100€	24.051	25,1%	18.673	22,9%	42.724	24,1%
De 100 a 500€	33.601	35,1%	31.271	38,4%	64.872	36,6%
Más de 500€ (1)	14.478	15,1%	3.943	4,8%	18.421	10,4%

Nota (1): Los datos por sexo deben ser interpretados con cautela por el bajo número de observaciones muestrales. Esto incrementa el error muestral.

8. Comercio electrónico

Gráfico 8.3: Valor total compras por Internet por motivos particulares (% últimos 3 meses)

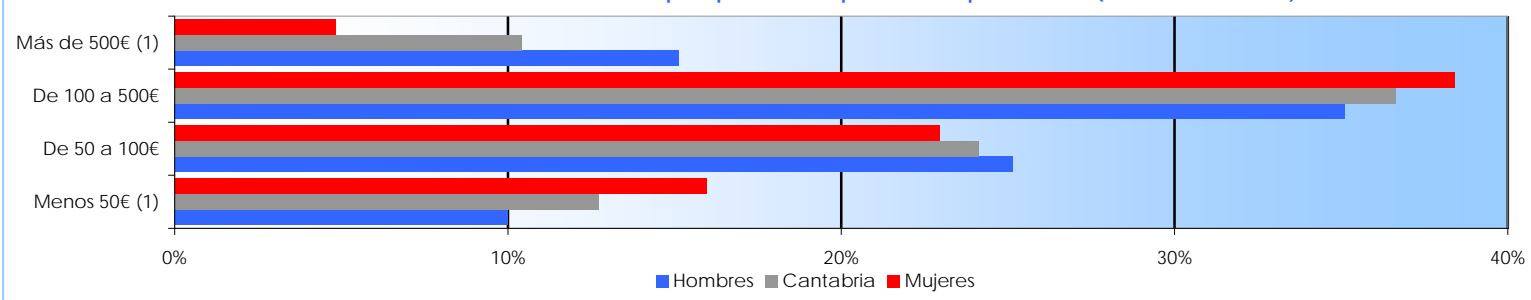


Tabla 8.6: Existencia de problemas al comprar o encargar bienes o servicios a través de Internet

Existencia de problemas	Hombres		Mujeres		Cantabria	
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%
Compras a través de Internet últimos 12 meses	95.716		81.399		177.115	
Si (1)	5.773	6,0%	8.005	9,8%	13.779	7,8%
No	89.943	94,0%	73.393	90,2%	163.336	92,2%

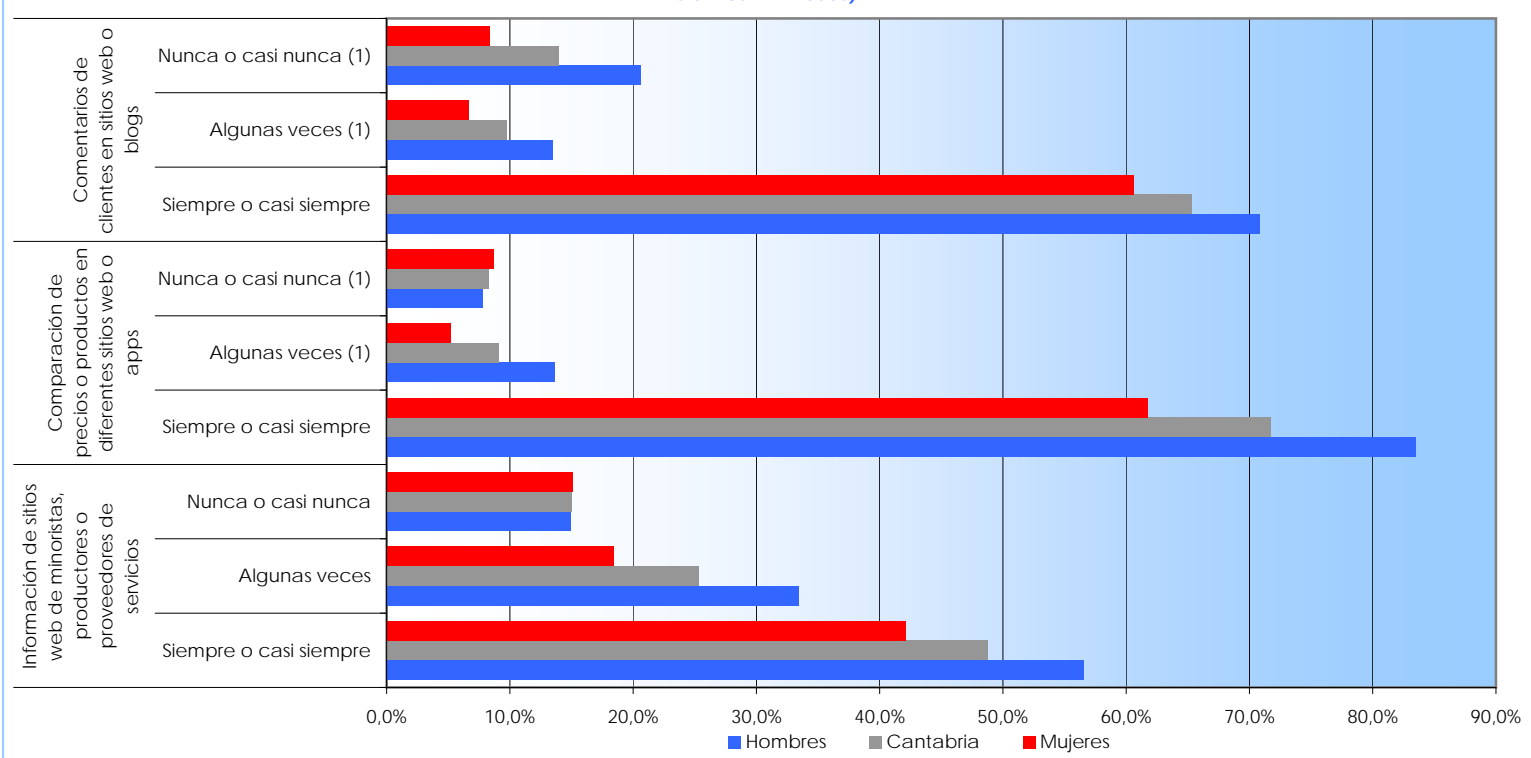
Nota (1): Los datos por sexo deben ser interpretados con cautela por el bajo número de observaciones muestrales. Esto incrementa el error muestral.

Tabla 8.7: Frecuencia utilización de información online antes de comprar o encargar bienes o servicios por Internet para uso privado. (últimos 12 meses)

Tipo de información	Hombres		Mujeres		Cantabria		
	Nº Personas	%	Nº Personas	%	Nº Personas	%	
No compraron por internet en los últimos 12 meses	91.208		107.615		198.823		
Información de sitios web de minoristas, productores o proveedores de servicios	Siempre o casi siempre	51.592	56,6%	45.314	42,1%	96.906	48,7%
	Algunas veces	30.487	33,4%	19.814	18,4%	50.301	25,3%
	Nunca o casi nunca	13.637	15,0%	16.271	15,1%	29.907	15,0%
Comparación de precios o productos en diferentes sitios web o apps	Siempre o casi siempre	76.177	83,5%	66.408	61,7%	142.585	71,7%
	Algunas veces (1)	12.430	13,6%	5.630	5,2%	18.060	9,1%
	Nunca o casi nunca (1)	7.109	7,8%	9.360	8,7%	16.469	8,3%
Comentarios de clientes en sitios web o blogs	Siempre o casi siempre	64.601	70,8%	65.275	60,7%	129.876	65,3%
	Algunas veces (1)	12.285	13,5%	7.161	6,7%	19.447	9,8%
	Nunca o casi nunca (1)	18.829	20,6%	8.962	8,3%	27.792	14,0%

Nota (1): Los datos por sexo deben ser interpretados con cautela por el bajo número de observaciones muestrales. Esto incrementa el error muestral.

Gráfico 8.4: Frecuencia utilización información online antes de comprar o encargar por Internet para uso privado (% últimos 12 meses)



9. Uso de TIC en los niños de 10 a 15 años

Tabla 9.1: Resumen de datos de niños de 10 a 15 años por sexo

TIC	Niños		Niñas		Cantabria	
	Niños	%	Niños	%	Niños	%
Número de niños	16.329		15.556		31.885	
Utilización de ordenador (últimos 3 meses)	15.680	96,0%	15.306	98,4%	30.986	97,2%
Utilización de Internet (últimos 3 meses)	16.329	100,0%	15.556	100,0%	31.885	100,0%
Disposición de teléfono móvil propio	8.815	54,0%	8.887	57,1%	17.703	55,5%

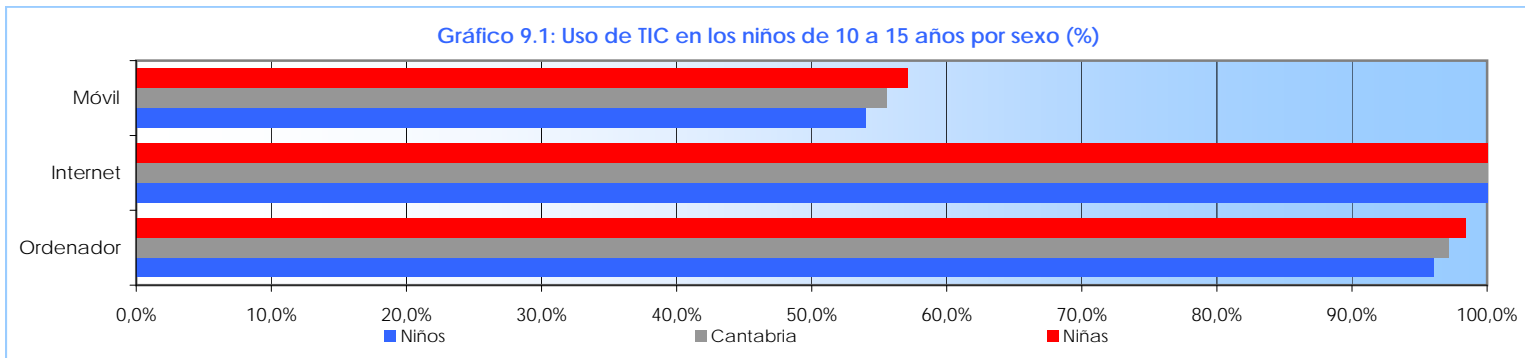


Tabla 9.3: Uso de Internet en los niños de 10 a 15 años en los últimos 3 meses

Lugar	Cantabria	
	Niños	%
Utilización de Internet (últimos 3 meses)	31.885	
Desde la Vivienda	31.885	100,0%
Otra vivienda	30.698	96,3%
Desde el centro de estudios (1)	15.095	47,3%
Otros lugares (1)	3.760	11,8%

Nota (1): Los datos deben ser interpretados con cautela por el bajo número de observaciones muestrales. Esto incrementa el error muestral.

METODOLOGÍA

INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

El Instituto Cántabro de Estadística (ICANE) presenta en este documento una tabulación del fichero de microdatos de la Encuesta de Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares (TIC-H) relativa a las viviendas familiares principales situadas en la Cantabria realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Para el ámbito de Cantabria la encuesta se realiza en virtud del convenio de colaboración establecido entre INE e ICANE.

Esta encuesta tiene como objetivo general obtener datos del desarrollo de lo que se ha denominado *Sociedad de la Información*. Los objetivos específicos serían:

1. Conocer el equipamiento en tecnologías de la información y la comunicación de los hogares españoles (productos TIC: televisión, telefonía fija y móvil, equipamiento informático...).
2. Conocer el uso que la población española realiza del ordenador, Internet y del comercio electrónico.
3. Servir de base para establecer comparaciones entre España y otros países y satisfacer los requerimientos de organismos internacionales.
4. Obtener información comparable entre Comunidades Autónomas.

DISEÑO MUESTRAL

Respecto a la obtención de la muestra, el diseño corresponde a un muestreo trietápico estratificado, siendo las unidades de primera etapa las secciones censales estratificadas por tamaño de municipio y con una muestra independiente por CCAA, las unidades de segunda etapa las viviendas familiares principales y en la tercera etapa se selecciona una persona de más de 15 años en cada vivienda. Así mismo, se investigan también en cada vivienda a todos los menores de 10 a 15 años.

El marco utilizado para la selección de la muestra es un marco de áreas formado por la relación de secciones censales existentes con referencia a 1 de Enero de 2001. Para la selección de unidades de segunda etapa se ha utilizado la relación de viviendas familiares principales en cada una de las secciones seleccionadas para la muestra, obtenidas de la explotación del Padrón Continuo de habitantes más actualizado disponible.

El tamaño muestral para Cantabria en 2016 ha quedado finalmente en 112 secciones, con 8 viviendas por sección.

SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Para llevar a cabo la encuesta se realizó la selección de las unidades de primera etapa en cada estrato con probabilidad proporcional al tamaño de cada sección. En segunda etapa las

viviendas se seleccionaron mediante un muestreo sistemático con arranque aleatorio y probabilidades iguales de selección para cada vivienda de la sección, seleccionando 8 en cada una, procedimiento que nos conduce a obtener muestras autoponderadas de viviendas en cada estrato. En una tercera etapa, y dentro de cada vivienda, se elige con probabilidad igual una persona de entre los de 16 y más años y a todos los menores entre 10 y 15 años.

PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN

La investigación es una encuesta continua que se realiza cada año. Con objeto de incorporar, por una parte, las variaciones que se producen en las secciones censales, y por otra, evitar el cansancio de las familias respondientes y dar probabilidad de selección a otras nuevas, la muestra de secciones y viviendas se renueva parcialmente para lo cual se introduce el esquema de turnos de rotación. Los turnos de rotación son grupos de secciones muestrales, que se utilizan para incorporar de forma paulatina las modificaciones en la muestra. El número de secciones de la muestra por estrato en cada comunidad autónoma se distribuye entre los turnos de rotación de forma que éstos sean representativos. La encuesta es un panel rotante con cuatro turnos de rotación.

La renovación de la muestra de secciones se realiza a partir de la información procedente de ficheros electorales y de Padrón Continuo. En el año 2016 las modificaciones se han producido en el turno de rotación 2, y la de las viviendas de las secciones también en el turno de rotación 2.

ESTIMADORES

Para estimar las características de la encuesta se consideran los siguientes tipos de estimadores:

- Estimador para datos de hogares.
- Estimador para datos de personas de 16 años y más.
- Estimador para datos de personas de 10 a 15 años.

En todos los casos se utilizan estimadores de razón, calibrados según la información procedente de fuentes externas.

NOTA

Aunque el ámbito poblacional no ha variado respecto al de 2008, al objeto de lograr una mayor comparabilidad con los datos que publica Eurostat e INE, los resultados de las tablas desde 2009 se refieren a viviendas habitadas por al menos una persona de 16 a 74 años de edad y a personas de ese mismo grupos.